

TESTI PANNELLI

Essere “**Made in Roma**” per i cittadini dell’impero significava aver saputo mescolare le tradizioni e la storia dei diversi territori in cui vivevano con l’elemento “romano”. Questo fenomeno di reciproca integrazione culturale generò una società gradualmente sempre più complessa.

“Romano” fu inizialmente il “*domo Roma*” (nato a Roma), orgogliosamente espresso sulle iscrizioni ritrovate in tutto l’impero. “Romano” indicò in seguito un insieme di comportamenti che definivano il singolo come parte di una comunità, organizzata secondo usi e costumi romani. Il risultato di questo processo fu una cultura materiale ibrida negli stili, nelle tecniche, nei valori.

Attraverso le testimonianze materiali la mostra analizza questo complesso sistema, fatto di simboli, di segni e di marchi, posti su specifiche classi di manufatti, oppure espressione di un territorio o, ancora, tracce distintive di manifestazioni politiche, sociali, ideologiche di una società: un vero sistema di comunicazione per codificare la propria identità.

Bolli laterizi

Dall’epoca di Augusto si diffuse a Roma l’uso dei laterizi (mattoni) cotti in fornace. Estesi fondi (*praedia*), con giacimenti di argilla e boschi per la legna, permisero lo sviluppo di grandi impianti (*figlinae*) per la fabbricazione dei laterizi, che producevano tegole (*tegulae*) e mattoni di forma quadrata e di dimensioni standardizzate. In ciascuna *figlina*, con una o più fornaci, lavoravano schiavi-operai diretti da un capo-officina (*offinator*): questa organizzazione era rispecchiata dalle formule dei bolli laterizi. I bolli si imprimevano con un timbro in legno o in bronzo sull’argilla durante l’essiccazione del mattone formato, prima della sua cottura. Le iscrizioni riportano l’oggetto prodotto, il nome del padrone del fondo, o il nome del fondo stesso (*ex praedis*), quello del capo-officina, o ancora l’unità di produzione (con le formule *ex figlina/figlinis*, o *ex officina*). Le forme dei bolli cambiano con il tempo: rettangolari, orbicolari e circolari. Un elemento ricorrente fu il *signum*, un’immagine simbolica (stella, freccia, palma) che divenne un marchio distintivo.

In età imperiale le donne potevano essere proprietarie di terreni e fabbriche, patrone di associazioni professionali e imprenditrici, o anche artigiane, operaie, contadine e commercianti, anche al di fuori dell’ambito domestico. I bolli laterizi attestano una notevole presenza femminile anche nella produzione dei laterizi: 50 dei circa 150 nomi conosciuti di proprietari di officine (*figlinae*) erano di donne. Le iscrizioni sui bolli non mostrano solo proprietarie (*dominae*), ma anche donne a capo delle officine (*offinatorices*): il 6% degli *offinatores* erano donne.

Plozia Servilia Isaurica era proprietaria delle officine *Caepioniane*, che nel 115 d.C. passarono da lei alla figlia Arria Fadilla e nel 134 d.C. al nipote, il futuro imperatore Antonino Pio. Altre officine erano di proprietà dell’imperatrice Plotina, moglie di Traiano: tra i suoi *offinatores* compare una donna, Valeria Nice. Altri due bolli provengono da fabbriche dirette da donne: quelli di Vibia Procilla e di Calvenzia Massima.

(Testo parlato)

Mi chiamo Valeria Nice e gestisco una manifattura di laterizi. Sono una liberta: un tempo ero al servizio di Valeria Polla, una donna molto ricca, proprietaria di terre e nota imprenditrice.

Fin da piccola ho lavorato in una sua tenuta vicino a Todi, il *fundus Furianum*, dove si trovano cave di argilla e officine che producono mattoni e tegole.

Ben presto mi sono messa in luce per la mia bravura e le mie doti organizzative e sono diventata appaltatrice. Poi l'imperatrice, l'Augusta Pompeia Plotina, che possiede delle fabbriche vicino a quelle della mia *domina*, mi ha messa a capo di una sua officina. Che donna Plotina! Gentile e riservata, ma anche forte e determinata. Ha vasti possedimenti a Roma e in altre parti dell'impero, e anche lei è nel business del mattone: siamo in dieci appaltatori ad amministrare e condurre le sue imprese, e io sono l'unica donna. Provo una grande emozione a vedere nel bollo che contraddistingue la mia produzione il mio nome accanto a quello dell'Augusta!

Adesso vi lascio, abbiamo molto lavoro: devo organizzare un trasporto diretto a Nemausus, nella Gallia Narbonense, il luogo di nascita di Plotina. L'imperatore Adriano vuole far costruire lì una basilica in onore della madre adottiva, e la mia officina è tra quelle scelte per fornire il materiale. Il mio nome arriverà fino in Gallia!

I bolli laterizi rinvenuti all'interno dei Mercati di Traiano raccontano la storia della loro costruzione. Ai tempi dell'imperatore Domiziano (81-96 d.C.) si iniziò lo sbancamento della sella del colle Quirinale e fu predisposto un nuovo sistema fognario sotto la via Biberatica.

Le prime strutture ad essere edificate, nella parte inferiore del complesso, sono datate tra la fine del regno di Domiziano e il primo decennio di quello di Traiano (98-117 d.C.). Mattoni con bolli di diverse officine di epoca traianea sono utilizzati poi indifferentemente in tutte le cortine dei Mercati. Circa un secolo dopo, bolli di epoca severiana (193-235 d.C.) compaiono nei restauri del monumento. Il complesso continuò ad essere usato anche dopo la caduta dell'Impero romano: una delle tegole dei tetti, porta un bollo di Teodorico (fine del V - inizi del VI secolo d.C.) con un cristogramma (il monogramma con le prime due lettere del nome di Cristo in greco).

Le grandi officine che fabbricavano i mattoni nei dintorni di Roma spesso producevano in terracotta anche mortai e grandi contenitori per i magazzini (*dolia*). Il mortaio qui esposto presenta un bollo con il nome di Caio Calpetano Favore, che gestiva un settore delle officine imperiali Marciane (*figlinae Marcianae*) tra la fine del I e gli inizi del II secolo d.C. Sul bollo compare anche parte del nome di un operaio, suo schiavo. I diversi operai alle sue dipendenze erano specializzati nella produzione di mattoni, o di mortai o di dolii, mentre altri, il cui nome compare su diversi tipi di prodotti, erano forse capisquadra.

Vetri

Il vetro era il materiale più versatile che i romani conoscessero, chiamato *vitrum flexile* (vetro flessibile) dallo storico Plinio. Gli ingredienti erano sabbia quarzifera e calce, con l'aggiunta di soda (*natron*). La pasta fusa era inizialmente lavorata a mano: l'arrivo a Roma della nuova tecnica della soffiatura in stampi, inventata in Vicino Oriente nel I secolo a.C., permise una produzione in serie.

Sul fondo o sulle pareti di degli oggetti in vetro, i vetrai incidevano il loro nome, per esteso o abbreviato, da solo, o inserito in riquadri di varie forme. A volte compaiono anche i nomi delle officine o del luogo di produzione. Il marchio del vetraio poteva essere corredato da raffigurazioni (uccelli, palme, scene di anfiteatro o divinità). Il fondo di uno stampo in marmo conserva l'incisione con il nome del vetraio, Miscenio Ampliato, e il luogo di produzione, Salona, presso l'odierna Spalato (Croazia), accompagnati da due figure di gladiatori, che dovevano costituire il marchio dell'officina.

Gli oggetti di vetro provenienti da Colonia presentano una caratteristica decorazione a fili serpentiformi azzurri, che divenne essa stessa un segno distintivo della produzione di questo rinomato centro produttivo e fu imitata dalle officine in Italia.

Medici e medicine

Ieri come oggi i *medicamenta* (farmaci) dovevano essere facilmente identificabili: i marchi e le iscrizioni attestavano l'autenticità e l'efficacia del farmaco grazie al nome del medico o del preparatore, impressi sui contenitori o direttamente sui prodotti. I colliri antichi, a differenza di quelli moderni non erano sempre liquidi, ma impastati in forma di bastoncino ed essiccati. Al momento dell'uso venivano nuovamente ammorbiditi e diluiti. I marchi, impressi prima dell'essiccazione, riportavano il nome del medico, del farmaco e della malattia da curare. Il sigillo dell'oculista Epagato mostra sulle quattro facce quattro diverse iscrizioni, ciascuna con la menzione di un farmaco specifico. Un vasetto di terracotta in miniatura, proveniente da Pompei conteneva del *lykion*, ovvero il collirio "licio", dalla Licia, una regione dell'odierna Turchia.

(Testo parlato)

Sono minuscolo, vero? Sembro insignificante! E invece ho ben quattro iscrizioni, una su ogni faccia: ero il sigillo del medico Epagato, che lavorava ad Este, in Italia settentrionale, e venivo usato per imprimere il suo nome sui medicinali che preparava per i suoi clienti. Leggete quella davanti a voi? Dice: "collirio di Epagato a base di mirra, indicato dopo un attacco acuto di congiuntivite". Vi sembra strano che potessi essere impresso su un collirio? Ah, già, voi moderni li usate liquidi: ma all'epoca di Epagato erano invece impastati ed essiccati e dovevano essere ammorbiditi con acqua per essere usati. Il mio padrone era fierissimo della sua abilità e delle sue ricette, e mi utilizzava sempre. Non so più su quanti panetti di collirio sono stato usato!

Ceramiche

Le lucerne erano gli oggetti utilizzati nell'antichità per illuminare. Quelle più economiche erano fabbricate in argilla, inizialmente lavorata al tornio, in seguito pressata in due matrici combacianti, poi essiccate e cotte in un un forno. La firma dei fabbricanti, un segno o il nome, più o meno abbreviato o ridotto alle iniziali, era incisa con uno stilo prima della cottura, oppure impressa con un punzone. Il marchio di fabbrica serviva a distinguere le lucerne prodotte da diverse officine e che venivano cotte in forni comuni. Le stesse officine producevano anche altri oggetti, realizzati con le medesime tecniche. Qui sono esposti una lucerna a forma di elmo di gladiatore, dell'officina aquileiese *FORTIS*, un calamaio con la stessa firma *PASAVG* che compare anche su una lucerna a forma di pigna e infine una statuetta, che raffigura tre divinità femminili locali (le *Matronae*): nella firma Fabricio, il proprietario di un'officina, rivendica di averle eseguite a *Colonia Claudia Ara Agrippinensium*, (CCAA). oggi Colonia, in Germania.

(Testo parlato)

Sono Gaio Oppio Restituto, il più grande fabbricante di lucerne della capitale. Il mio nome è tramandato sul fondo di centinaia e centinaia di lampade prodotte nella mia officina sul Gianicolo. Quando iniziai la mia produzione, intorno al vostro anno 70 dopo Cristo, il mio marchio di fabbrica era solo il mio nome, Oppius, inciso a stilo: allora infatti così si usava. Ma sulle lucerne di

qualità superiore ho voluto iscrivere, almeno con le iniziali, C O R, tutti e tre i miei nomi da cittadino romano. Vent'anni dopo, ho raggiunto il successo e la produzione è ormai enormemente aumentata: così ho fatto fabbricare un punzone, con cui imprimere il mio marchio. Il mio nome compare ora quasi per esteso, come C OPPI RES. È stata una saggia decisione: si risparmia tempo e il marchio può essere impresso da chiunque, anche un semplice schiavo illetterato. Presto mio figlio, che ha il mio stesso nome, prenderà il mio posto alla guida dell'officina.

La "terra sigillata" è una produzione di ceramica fine (con argilla raffinata e depurata) utilizzata soprattutto per i servizi da tavola e caratterizzata dal rivestimento esterno a vernice lucida di color rosso o arancione brillante. Le prime officine che la producevano apparvero ad Arezzo intorno al 60 a.C., probabilmente sfruttando le conoscenze tecniche di schiavi catturati durante le spedizioni militari di Pompeo in Oriente. I bolli, presenti sulla matrice o impressi con un punzone prima della cottura, riportavano il nome dell'artigiano o del capo-officina e servivano a contabilizzare la produzione. Erano utili anche a distinguere le produzioni di diverse officine, infornate insieme in una comune fornace per risparmiare sui costi. La lista graffita sul fondo di un vaso qui esposto ci attesta che il 21 luglio di un anno imprecisato un mastro fornaciaio aveva messo a cuocere nella "fornace piccola" un totale di 1540 piatti, 300 coppe e 790 scodelle o coppette, fabbricati da sei diversi vasai. Nel tempo i bolli hanno avuto forme diverse: in cartigli quadrati, a volte ripetuti più volte con funzioni anche decorative, poi di forma rettangolare su due righe, o circolari, entro una ghirlanda. Più tardi il solo nome abbreviato compare in cartigli a *planta pedis* (pianta del piede) o a falce lunare.

Marmi

Far arrivare nel luogo di impiego i marmi per i rivestimenti policromi, i colonnati e le statue che caratterizzavano le architetture imperiali di Roma richiedeva una complessa organizzazione che ci è testimoniata dalle iscrizioni e dai sigilli applicati sui blocchi nelle diverse fasi del loro "viaggio". I marmi estratti e sbazzati in cava riportavano una serie di indicazioni, che potevano variare a seconda delle cave o dei periodi: quelle più frequenti erano il numero progressivo del blocco estratto, preceduto dalla lettera N (*numerus*), il settore di provenienza (*locus* o *brachium*), il nome della squadra che si era occupata della lavorazione (*officina* o *caesura*) o del suo responsabile (con l'indicazione *sub cura*, a cura di). Arrivati a Roma i marmi erano controllati, eventualmente restaurati e smistati dall'ufficio della *statio marmorum*, da cui dipendevano anche enormi depositi. Qui affluivano i prodotti delle cave, che potevano restare a disposizione per anni. I blocchi che dovevano essere disponibili per i progetti edilizi degli imperatori erano segnalati nei depositi da un sigillo in piombo con il ritratto imperiale.

Già in età ellenistica esistevano copie di sculture, più o meno fedeli rispetto al modello originario. In età romana il fenomeno si diffuse in modo capillare: esponendo queste immagini, l'élite romana realizzava i propri programmi decorativi. Le botteghe assicuravano ai committenti un'ampia varietà di tipi statuari e gli artigiani provvedevano spesso a ricavare calchi e matrici dagli originali. In una satira di Luciano (II secolo d.C.) la statua di *Ermes Agoraios* si lamenta di essere spesso sporcata con la pece, operazione preliminare per realizzare un calco. Gli artigiani trasferivano quindi il modello in una copia in marmo, servendosi di una serie di punti di riferimento.

Questo procedimento si perfezionò nel XIX secolo, con la diffusione della cosiddetta "macchina per punti". Molti artisti utilizzarono questo strumento mobile, tra cui Antonio Canova: ecco perché

alcune delle sue opere, come il busto in mostra, “sembra quasi siano affette da rosolia” (R. Wittkower).

Opere firmate, come il busto di giovane siglato da Zenas, non sono molto frequenti nel mondo antico. Le ragioni della firma possono variare non solo in relazione alla classe di oggetti, ma anche a seconda del messaggio che si intendeva trasmettere. Già allora le strategie di marketing prevedevano talvolta di sostituire l’indicazione dell’artefice con quella del proprietario dell’officina. Spesso un’indicazione di provenienza garantiva qualità e perizia.

È dunque prevedibile come all’osservatore moderno, condizionato dai propri filtri culturali, tanto anonimato nella produzione artistica possa apparire anomalo.

Anfore e botti

In età romana, la diffusione delle principali derrate alimentari (olio, vino e salse di pesce) è la testimonianza della fittissima rete commerciale esistente in tutto l’impero. Il mare e i fiumi sono le vie prescelte, e l’anfora il tipico contenitore alimentare da trasporto. Vino dall’Italia, dalla Grecia e dalla Francia, olio e salse di pesce dalla Spagna giungevano a Roma e nei principali porti, in centinaia di anfore stipate nelle navi mercantili. Ogni anfora era sottoposta ad un complicato sistema di controllo, che avveniva attraverso un processo di “etichettatura” a vari stadi, proprio come i prodotti che acquistiamo oggi nei supermercati. Il bollo del produttore era il primo marchio ad essere impresso sull’anfora con un punzone, ancora prima di iniziare il suo viaggio. Graffiti e *tituli picti* (iscrizioni dipinte) aggiungevano precise indicazioni sulla provenienza, sulla capacità del recipiente vuoto o pieno, sulla merce trasportata e sulla data.

(Testo parlato)

-Ehi! Sono io, l’anfora! Riconoscete sul mio orlo il nome di un console, ornato da una corona? Sisenna, Tito Statilio Tauro Sisenna. Trasportavo l’olio d’oliva prodotto nelle sue terre in Istria.

- Io sono un regalo! Non potete sapere chi mi ha inviato, ma hanno inciso sulla mia spalla l’indirizzo a cui ero destinata: a Roma, Gaio Giulio Primigenio, doveva consegnare il mio pregiato vino al medico Tizio Aspro.

-Ci sono anch’io! Porto il nome di un certo Lucio Ligustro: ai suoi tempi era un famoso produttore delle terre africane, ma oggi il suo nome è conosciuto solo sul bollo che porto io!

-Guardate in basso! Che cosa vorrà dire questo misterioso monogramma? Difficile da capire, messo poi sottosopra: sono le iniziali di Fedimo, che imitava le anfore del pregiato vino italico per vendere meglio il suo vino spagnolo!

-Io ho solo un numero: sex, sei in latino, inciso tutto storto. Cosa avevano voluto ricordare? Il peso? Gli anni di invecchiamento del mio vino? Ormai anche io non me ne ricordo.

-Anch’io ho dei numeri: certo che non sapevano scrivere bene, quelli che li hanno incisi, inclinate la testa verso destra per vedere la scritta diritta! Eccoli lì: una strana X, poi I, V: quattordici! Ecco! E sotto? XIII, tredici...

Secondo le regole della religione ebraica il vino, come ogni altro alimento *kasher*, doveva essere rigidamente controllato durante tutte le fasi della produzione, lavorazione e conservazione, per garantirne la purezza. Le fonti rabbiniche indicano anche in quali tipi di contenitori il vino poteva essere invasato e messo in circolazione.

Bolli raffiguranti la *menorah*, il candelabro ebraico a sette bracci, compaiono su anfore di un tipo utilizzato per il trasporto del vino, prodotto in Calabria tra il IV e il VII secolo d.C. Il simbolo dell'ebraismo per eccellenza doveva garantire la non contaminazione del contenuto e la liceità del recipiente. Il vino era probabilmente prodotto dalle fattorie giudaiche calabresi ed era inviato alle comunità ebraiche della capitale in contenitori con questo particolare contrassegno. Le lucerne con *menorah* sul disco provengono in genere da luoghi di culto o catacombe ebraiche e servono senza dubbio a distinguere l'ambito culturale e religioso a cui appartengono. La *menorah*, raffigurata con solo cinque bracci, per evocare il simbolo senza violare il divieto di rappresentazione, poteva però anche riferirsi al rispetto dei precetti religiosi, secondo i quali le lampade per il culto dovevano essere alimentate con olio rigorosamente *kasher*.

Anche nell'antichità esistevano le botti in legno per il vino, che spesso recavano bolli o graffiti.

I bolli potevano essere impressi a fuoco, o applicati a pressione con appositi stampi (*signacula*), su tutta la superficie della botte. Servivano a ricordare il bottaio, o forse chi aveva fornito il legno, oppure il produttore del vino, l'amministratore della tenuta, o il commerciante.

Particolarmente interessanti sono i bolli che erano posti direttamente sul tappo, veri e propri sigilli a garanzia del contenuto. I bolli erano spesso applicati anche sul fondo della botte, che rimaneva più facilmente visibile durante il trasporto. In alcuni casi graffiti e bolli si potevano trovare anche sulla superficie interna, probabilmente in riferimento ai fabbricanti delle botti stesse.

Nel bacino del Reno e in Gallia i commerci si svolgevano lungo i fiumi e le sculture funerarie della zona riproducono forme e impieghi dei battelli fluviali. Il rilievo di Neumagen (oggi in Germania) mostra il trasporto via acqua di botti di vino: la zona, lungo il fiume Mosella, era infatti conosciuta in epoca romana per i suoi vini pregiati.

Metallurgia

Nell'antichità i metalli erano materiali particolarmente costosi e venivano dunque utilizzati per uso comune solo quando era indispensabile, oppure per oggetti di lusso come manifestazione di prestigio e ricchezza. Venivano commercializzati in forma di lingotti, sui quali erano impressi marchi con l'indicazione dei proprietari o appaltatori della miniera. Piatti e coppe potevano essere modellati "a freddo", mediante la martellatura di una lamina metallica. Per ottenere altri manufatti il metallo fuso veniva colato in una coppia di matrici combacianti ("a fusione") o in stampi appositamente realizzati che dovevano essere rotti per estrarre l'oggetto ("a cera persa").

Gli oggetti in argento erano simbolo di ricchezza e ostentazione del loro *status*. Il tesoro, rinvenuto a Roma sulle pendici dell'Esquilino nel 1793, fu probabilmente seppellito in un momento di pericolo, forse riferibile al sacco di Roma di Alarico nel 410 d.C. Con la crescita dell'apparato burocratico imperiale e con lo sviluppo di imprese commerciali e produttive, si diffuse l'uso dei sigilli in bronzo (*signacula ex aere*). Erano usati per apporre marchi e contrassegni (*signa*) su vari materiali: mattoni e ceramiche, ma anche stoffe, cuoio, cera, legno, pelle, formaggi o pane.

Le fistule acquarie (tubi per l'acqua), realizzate in piombo, presentavano spesso il nome del committente o del costruttore dell'edificio.

La guerra

I proiettili da fionda erano chiamati dai Romani "ghiande" (*glandes*), per la forma che ricordava il frutto della quercia. I soldati che li lanciavano con la fionda (*fundus*) erano chiamati frombolieri

(*funditores*). Conosciamo il loro equipaggiamento da un rilievo del Museo Archeologico di Ascoli Piceno e dai rilievi della Colonna Traiana: indossavano una semplice tunica, con una mano tenevano la fionda e con l'altra, a volte, uno scudo. Le "ghiande" venivano realizzate generalmente in piombo da officine specializzate: il piombo fuso veniva colato in matrici in terracotta che comprendevano più ghiande ("matrici multiple"). I proiettili recavano a volte il "marchio" del fabbricante: Tito Frabricio, il cui nome compare su *glandes* rinvenute in diverse località italiane (*T. Fabricius / fecit*), doveva essere un produttore specializzato, che riforniva le truppe con proiettili fabbricati in serie in base a precise richieste. Nelle iscrizioni compaiono anche altre indicazioni: la legione di appartenenza, il popolo che combatteva, il soldato che effettuava il lancio, acclamazioni o invettive contro il nemico. A volte erano presenti decorazioni a rilievo con simboli di potenza o di offesa.

Uomini

I segni sulla pelle degli uomini ebbero diversi significati e valenze nel mondo antico. Le fonti antiche parlano della pratica dei tatuaggi realizzati con l'inchiostro, con valore sacro o decorativo, e in alcuni casi come segno di elevata posizione sociale, per popolazioni barbare come Illiri, Assiri, Sciti, e Sarmati. Il termine *stigma* (tatuaggio) viene utilizzato invece nelle fonti classiche in senso negativo, con il significato di "marchio di infamia": venivano infatti marchiati a fuoco o tatuati come punizione i criminali e gli schiavi fuggitivi. In età tardo antica, i soldati erano tatuati per indicare la legione a cui appartenevano e per prevenire le disezioni. Segni di proprietà e precauzioni per evitare le fughe degli schiavi erano i collari in metallo che venivano saldati al collo degli schiavi: riportavano una scritta, sul collare stesso o su una medaglietta, con le istruzioni per riportare al padrone lo schiavo fuggito e la promessa di una ricompensa. Come punizione per la fuga poteva inoltre essere tatuata sulla fronte o sulla testa dello schiavo fuggitivo la sigla FHE (per *fugitivus hic est*, ovvero "questo è un fuggitivo") o altre lettere indicanti il crimine commesso.

(Testo parlato)

Siamo all'epoca dell'imperatore Caligola, padrone dell'Impero. Controlla i vasti territori che si estendono dalle colonne di Ercole fino al lontano Oriente. Non è facile gestirli!

La rabbia che gli provoca l'idea che qualcuno stia congiurando contro di lui, lo ha portato ad accusare molte persone rispettabili di tradimento. Coloro che si rifiuteranno di adorarlo o che criticheranno gli spettacoli che organizza, saranno tatuati con il marchio dell'infamia, come i peggiori criminali. In questo modo si ricorderanno per sempre di averlo offeso e saranno umiliati per tutta la vita.

Antico e Moderno

Il marchio si fa forma. Il logo aziendale assume nella sua forma l'identità e lo spirito del prodotto, facendosi simbolo mediatore tra l'impresa e il pubblico dei consumatori. Il design del marchio deve essere immediato e semplice da identificare, per consentire il suo uso in molteplici forme e contesti e per favorire il suo riconoscimento, soprattutto quando si trova a dover competere in un mercato stracolmo di immagini. I più grandi designer usano tecniche visive raffinate per creare simboli di alto impatto con lo scopo ultimo di suscitare il desiderio (spesso inconscio) nei potenziali acquirenti, adottando sempre più spesso metodologie di psicologia sociale. Il brand ha

un valore economico irrinunciabile, infatti le sorti della maggioranza dei prodotti odierni sono determinate dalla memoria collettiva dei loro marchi.

Osservando i loghi delle grandi multinazionali odierne, li riconosci tutti?

Già nell'antichità i marchi da segni di riconoscimento si erano trasformati in messaggi più o meno consapevoli rivolti agli acquirenti. Oltre alla firma e al numero però, il marchio poteva rivelarsi anche attraverso una forma: non solo quella che veniva impressa dall'officina sul manufatto, ma anche la forma dell'oggetto stesso. Con una maggiore consapevolezza il marketing pubblicitario dei nostri tempi si avvale di simili meccanismi di associazione tra forma e prodotto. L'icona dei prodotti si essenzializza sempre più e si rende riconoscibile, per poter competere in un mercato che cresce incessantemente. La *visual identity* di un'azienda si manifesta come logo, sigla visiva. Alcuni spunti possono evidenziare analogie e differenze.

Le anfore da trasporto romane erano contenitori destinati al commercio di alimenti liquidi o semi liquidi (soprattutto vino, olio e salse di pesce o *garum*). La loro forma ha origini funzionali e le differenze tra le varie forme conosciute dipendono dalle caratteristiche della merce (ad esempio, colli più lunghi e stretti per le anfore da vino). Con il tempo, nella percezione degli acquirenti, la forma tipica del contenitore è stata associata al contenuto: la forma stessa era divenuta di fatto una sorta di "marchio". Qualcosa di simile accade anche ora, tra gli scaffali del supermercato, nella mente dei consumatori in grado di riconoscere dalla forma di una bottiglia un buon vino da uno di minore qualità, una birra artigianale da una più commerciale, un'acqua da una grappa.

La forma dei prodotti non è stata nel tempo solo indice della loro funzione ma anche di qualità. Le botteghe artigianali che hanno più successo, sin dall'antichità, iniziano ad avere seguito e acquisiscono pian piano la loro fama. Grazie alla riconoscibilità delle loro forme o alla forma dei loro marchi, la bellezza dei prodotti conferisce piena autenticità all'oggetto. I vetri prodotti nelle officine della città di Colonia, visti in mostra, si riconoscono dalla decorazione a fili serpentiformi azzurri e sono rinomati per la loro qualità eccellente: proprio questa decorazione viene imitata da officine situate altrove e che ne sfruttano la fama: questo esempio può essere assimilato alla contraffazione oggi di prodotti "griffati" di note case di moda.

Il legame tra prodotto e produttore, tra forma e identità si esplicita anche dopo la morte. Nel mondo antico in molti casi le decorazioni figurate dei sepolcri illustrano l'attività lavorativa del defunto; numerosi infatti i rilievi con scene di mestiere apposti sulle facciate delle tombe i quali narrano la professione del defunto o ne mostrano sinteticamente gli strumenti, analogamente a quanto avviene su altari, steli funerarie, sarcofagi. Questa usanza si perpetua nel tempo, in contesti laici e religiosi. Non mancano esempi di ambito contemporaneo: dalla raffigurazione di una chitarra sulla tomba di Jimi Hendrix all'urna a forma di caffettiera, con all'interno le ceneri del defunto Renato Bialetti.